

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada zaman modern dan era globalisasi ini persaingan bisnis semakin meningkat di segala sektor, terutama pada sektor kuliner. Dari sekian banyak usaha disektor kuliner, kuliner berbahan dasar kopi merajai beberapa tahun belakangan dan tersebar pesat diberbagai wilayah. Semakin hari semakin mudah menemukan kedai kopi, mulai kedai kopi pinggir jalan sampe tersajinya kopi direstoran mewah dengan desain tempat yang dibuat senyaman dan menarik mungkin. Hal ini dapat dilihat dari munculnya beberapa pelaku usaha baru yang memberikan kualitas yang serupa dengan keunikannya tersendiri. Keadaan ini menuntut pelaku usaha untuk lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan sesuatu yang lebih, dibandingkan para pesaing. Oleh karena itu perusahaan mulai melancarkan berbagai cara untuk mendapatkan perhatian dari konsumen.

Perkembangan usaha berbahan dasar kopi di lihat dari meningkatnya serapan kopi nusantara. Menurut *Chairman Specialty Coffe Association of Indonesia (SCAI)* serapan kopi produksi dalam negeri mencapai 25%-30% dan diperkirakan akan terus meningkat 35%-40%. Hal ini dikarenakan pertumbuhan usaha kedai kopi hingga akhir 2019 diprediksi akan mencapai 15%-20%. (Bisnis.com)

Berkembangnya masyarakat modern ditandai dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas diluar yang semakin sering mengakibatkan semakin banyak menghabiskan waktu di luar rumah. Salah satu aktivitas yang

dilakukan ialah bekerja dan bersekolah, aktivitas ini menciptakan kepenatan tersendiri. Hal ini memaksa mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari kebutuhan pangan di luar rumah. Karena dengan memilih untuk membeli minuman ataupun makanan luar rumah mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan atau minuman yang mereka inginkan, selain untuk memenuhi kebutuhan Mereka juga mencari tempat yang memiliki suasana yang tenang dan nyaman untuk melepas penat. Karena setelah seharian melakukan aktifitas yang melelahkan mereka membutuhkan ketenangan dan kenyamanan untuk mengembalikan kondisi tubuh mereka. Untuk memenangkan persaingan hingga terciptanya kegiatan pembelian pada produk yang ditawarkan, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang atau jasa antara lain promosi, suasana toko, harga dan cita rasa.

Keputusan pembelian merupakan tindakan setelah menentukan dari berbagai macam pilihan yang ada dan merupakan tahapan dalam menentukan keputusan membeli. Macam-macam pilihan dapat diketahui dengan adanya kegiatan promosi yang merupakan hal penunjang dalam terjadinya keputusan pembelian. Mandey (2013) promosi merupakan informasi atau komunikasi yang dipergunakan oleh pengusaha dalam memperkenalkan dan menawarkan produk kepada masyarakat, karena melalui promosi dapat juga memikat sampai ke tingkat memberikan dorongan untuk membeli. Hal yang dapat dipromosikan dalam suatu bisnis mencakup suasana toko, harga dan cita rasa. Suasana toko merupakan

gambaran yang dapat dilihat oleh mata yang biasa dipergunakan untuk menarik perhatian masyarakat untuk datang berkunjung, setelah perusahaan berhasil menarik masyarakat untuk berkunjung pastinya akan terjadi pemesanan, yang diperhatikan dalam pemesanan ialah suatu harga yang diberikan untuk sebuah produk dengan harapan manfaat yang diberikan sesuai dengan harga yang ada maka pelaku usaha harus memperhatikan cita rasanya.

Salah satu kedai kopi yang sedang terkenal di Indonesia ialah Kedai Kopi Janji Jiwa. Pada umur pertamanya sudah mencapai 300 *outlet* yang telah tersebar di 50 kota diseluruh Indonesia dengan 20 *head office*. Salah satunya gerai yang ada di Jakarta Barat yang terletak dijalan Alfa Indah, Joglo Raya, (Republika.co.id).

Dalam sudut pandang islam, kegiatan jual beli tidak hanya dilihat sebagai pencarian keuntungan semata, melainkan untuk menjadikan manusia itu semakin dewasa dalam berpola pikir dan melakukan berbagai aktivitas, terutama aktivitas ekonomi serta selalu melakukan tolong-menolong dalam menghadapi berbagai macam kebutuhan yang beranekaragam.

Dalam Amalia (2012) Menurut Ibn Taymiyyah tentang masalah harga, yakni harga yang setara/adil (*tsaman al-mitsl*) adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum dengan prinsip *la dharar*, yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain, maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya tindakan kezaliman yang dapat merugikan kedua belah pihak.

Selain memperhatikan tindakan dalam penetapan harga pemilik toko harus memperhatikan suasana yang terjadi pada tokonya. Salah satu komponen dari suasana toko ialah kebersihan, dimana islam mengajarkan tentang pentingnya menjaga kebersihan. Menurut Yusuf al-Qardhawi (1997) kebersihan adalah salah satu unsur penting dalam perilaku beradab, Islam menganggap kebersihan sebagai suatu sistem peradaban dan ibadah. Karena itu, kebersihan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari seorang muslim.

Dalam islam di haruskan memiliki sikap amanah terutama dalam penyampaian pesan. Dimana penyampaian pesan dalam konteks ini berupa tentang pemasaran virtual, dalam fiqh Islam adanya istilah *tadlis*, tindakan *tadlis* ada yang bersifat perbuatan. Perbuatan buruk atau penipuan tidak dibenarkan dalam iklan atau promosi. Seperti firman Allah S.W.T pada surah al-Hud : 85 “Dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan kamu membuat kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan.”

Dalam sebuah hidangan terdapat cita rasa yang meliputi rasa, bau, tekstur, dan suhu. Rasa yang timbul dipengaruhi oleh bahan baku dari olah itu sendiri. Bahan yang segar akan menjaga cita rasa tetap baik. Menurut Ali (2016) Islam mengajarkan untuk menggunakan bahan-bahan yang bersifat halal dan *toyyib* dalam mengolah suatu masakan. Allah memerintahkan seluruh Rasul-Nya mengonsumsi makanan halal dan melakukan amal salih.

Tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya adalah tindakan keputusan pembelian. Dalam islam terdapat aturan kegiatan jual beli. Menurut Nada (2006) Islam

menjelaskan bahwa dalam suatu urusan jual beli haruslah didasarkan dengan adanya kerelaan, baik dari penjual maupun pembeli sebagaimana firman Allah S.W.T dalam surah An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”* (QS. An-Nisa ayat 29).

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam kegiatan jual beli haruslah menjauhi jalan yang *bathil* seperti jujur dalam pemberian informasi tentang produk tersebut sehingga terciptanya kesepakatan kedua belah pihak terhadap harga barang yang dijual. Sehingga dalam kegiatan jual beli, kesepakatan (terhadap harga) merupakan unsur penting yang harus dilakukan, dimana hal tersebut akan terjadi jika perusahaan memberikan informasi yang jujur dalam kegiatan pemasaran dan kehalalan bahan-bahan yang digunakan hingga terjadinya keputusna pembelian. Ditambah *owner* memperhatikan kebersihan dan keindahan toko sehingga terciptanya kenyamanan bagi pembeli.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulisan tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH PROMOSI, SUASANA TOKO, HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KEDAI KOPI JANJI JIWA SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Pada Pengunjung Kedai Kopi Janji Jiwa Joglo)”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang mejadi pertanyaan penelitian dalam rumusan masalah ini adalah :

1. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Janji Jiwa di daerah joglo ?
2. Bagaimana suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Janji Jiwa di daerah joglo?
3. Bagaimana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Janji Jiwa di daerah joglo?
4. Bagaimana cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Janji Jiwa di daerah joglo?
5. Bagaimana model promosi, suasana toko, harga dan cita rasa secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Janji Jiwa di daerah joglo?
6. Bagaimana pengaruh promosi, suasana toko, harga, cita rasa dan keputusan pembelian produk Kedai Kopi Janji Jiwa di daerah joglo dari sudut pandang islam ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, suasana toko, harga dan cita rasa terhadap keputusan pembelian produk Kedai Kopi Janji Jiwa di daerah Joglo. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada produk kedai Kopi Janji Jiwa .
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada produk kedai Kopi Janji Jiwa .
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk kedai Kopi Janji Jiwa .
4. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian pada produk kedai Kopi Janji Jiwa .
5. Untuk mengetahui pengaruh model promosi, suasana toko, harga dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada produk kedai Kopi Janji Jiwa .
6. Mengetahui pandangan islam tentang promosi, suasana toko, harga dan cita rasa terhadap keputusan pembelian pada produk Kopi Janji Jiwa.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dengan tercapainya tujuan-tujuan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

##### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi ilmu baru tentang pemasaran terutama dalam segi keputusan pembelian bagi peneliti dan juga dapat dijadikan sebagai literatur dan rujukan bagi pemelitian yang akan.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya :

### 1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan menjadi masukan bagi perusahaan tentang faktor yang dapat mempengaruhi konsumen mengambil keputusan dalam pembelian dan dapat menjadikan acuan dalam menentukan strategi perusahaan.

### 2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan akan membantu pemerintah dalam membentuk aturan di sektor perkebunan kopi yang dapat melindungi persaingan dan mendorong perkembangannya sehingga dapat berkontribusi bagi perekonomian di Indonesia.

### 3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat memudahkan konsumen dalam kecepatan mengambil keputusan pembelian karna berisi gambaran dan pertimbangan sebelum melakukan pembelian dan diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu produk .